

Mondo Dufry

E-Magazine aziendale del Gruppo Dufry



D U F R Y

Numero 1 / Marzo 2010

Dufry rafforza la sua posizione sul mercato messicano



Nuovi negozi in Italia, Nizza, Shanghai, Honduras e Vancouver



Il Servizio Clienti diventa globale



Hudson News, il segreto di un negozio accogliente



Editoriale

Strategia di crescita 2010

Editoriale a cura di Julian Diaz (CEO)

Nel 2009 abbiamo tagliato le spese e ristrutturato le nostre aziende; ma, soprattutto, abbiamo acquisito una migliore comprensione delle nostre capacità finanziarie e commerciali, per proseguire con la nostra strategia originale basata sulla crescita proficua.

Nel 2010, il compito principale di Dufry è l'attuazione di iniziative volte ad accrescere nuovamente il valore e a riattivare la nostra strategia di crescita proficua, che si basa su due principi fondamentali:

1. Gestione di tutte le nostre attività di business - promozioni, campagne di marketing, servizio clienti, ecc. - allo scopo di accrescere la spesa per passeggero conseguita nel 2009, come il modo più efficace di migliorare la produttività e la crescita organica di ogni azienda (numero di passeggeri più spesa per passeggero).
2. Sostenibilità dei rendimenti generati nel 2009 durante l'esecuzione del Piano Efficienza, in particolare della riduzione conseguita nel costo fisso di ciascuna azienda. Le sostenibilità è una sfida da tenere in gran conto nel 2010, e, in questo periodo di ripresa, un fattore non meno importante di qualunque possibile nuovo piano di crescita.

Il team di gestione ha messo a punto diverse iniziative, presentate in dettaglio nei bilanci delle diverse aziende approvati dal Consiglio di Amministrazione.

Tra le iniziative globali in corso messe a punto per assisterVi nel conseguimento di questi ambiziosi obiettivi, vorrei esprimere un commento specifico sul progetto Dufry plus1. Con inizio nel 2010 e previsto per un periodo di 3 anni, Dufry plus1 applicherà la nostra visione di crescita proficua continua alla realtà delle nostre attività operative. L'idea generale è quella di impegnarci ogni giorno a migliorare il nostro modo di lavorare, per avvicinarci sempre di più ai clienti: a conoscerli meglio e a soddisfarne meglio i bisogni. Dufry plus1 sarà un'impresa di primaria importanza, in cui ho riposto grandi aspettative. Sarò lieto di fornirVi ulteriori dettagli sul progetto nel prossimo numero di "Mondo Dufry", mentre prende forma nel corso dei mesi a venire.



Per concludere, vorrei darVi il benvenuto alla nostra nuova rivista elettronica aziendale "Mondo Dufry", uno strumento di informazione moderno, creativo, interattivo e conciso. In ogni parte del mondo, i membri di Dufry trarranno vantaggio dalla sua lettura. La rivista sarà distribuita via e-mail, pubblicata come stampa sul whiteboard e disponibile in Rete in qualunque momento. Vi invito dunque a leggerla e a condividere con noi le Vostre opinioni. Mi auguro che sia di Vostro gradimento.

Contenuto

Editoriale 2, Le notizie di Dufry 3, Le persone di Dufry 5, Missione compiuta 6, Sotto i riflettori 7, Negozio preferito 8

Contenuto delle sezioni



Editoriale

Affermazioni e annunci da parte di CEO/COO/CFD, editoriali, fatti & cifre, pietre miliari, responsabilità aziendale, cambi di gestione.



Notizie regionali

Negozi nuovi o modificati, concetti, contratti, attività promozionali, premi, notizie o risultati locali di rilievo.



Sotto i riflettori

Storia principale o intervista con personaggi di spicco (solitamente in linea con l'immagine di copertina). Enfasi su attività speciali, imprese, occasioni.



Missione compiuta

Storie di successo, storie di ambientazione locale, casi di migliore prassi.



Le persone di Dufry

Presentazione di un impiegato per un motivo particolare: nuove idee, produttività sul lavoro, interessi particolari, hobby speciale.



Preferiti

Negozio nuovo o ristrutturato di recente (es. negozio del mese). Quarta di copertina della versione PDF stampabile.

CHI SIAMO

Editore: DUFYR AG, Hardstrasse 95, 4020 Basilea Svizzera **Team editoriale Sede Centrale:** Julian Díaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martin-Consuegra, Juan Antonio Nieto, Lubna Haj Issa **Team contenuto regionale:** Marcus Griffin (Sede Centrale), Tijani Djaziri (Regione 2), Nader Ghazzawi (Regione 3), Lourdes Arenciba (Regione 4), Luana Cloper (Regione 5), Laura Samuels (Regione 6) **Design, stesura testi e coordinamento di processo:** Match Communications, Zurigo; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Produzione:** Match Communications, Zurigo e x-site, Basilea **Lingue pubblicate:** Inglese, francese, italiano, portoghese e spagnolo **Sito Web:** www.dufry.emagazine.com **Dufry è una società operante nel settore del travel retail a livello globale, con 11.000 impiegati al servizio di clienti in oltre 1.000 negozi distocati in 42 paesi.**



Le notizie di Dufry

Notizie regionali

Sede centrale: Dufry AG e Dufry South America Ltd. firmano accordo di fusione

L'11 febbraio 2010, le due società Dufry AG e Dufry South America Ltd. hanno firmato un accordo di fusione. A seguito di questa transazione, gli azionisti di Dufry South America Ltd. diventeranno azionisti di Dufry AG, e l'attività di Dufry South America Ltd. sarà interamente di proprietà di Dufry AG. La logica della fusione consiste nello stabilire una struttura aziendale semplificata del Gruppo Dufry, con una base azionaria unificata. La transazione accrescerà la flessibilità strategica del Gruppo Dufry per perseguire opportunità di crescita a livello globale e in Sudamerica. La fusione deve essere approvata dalla riunione generale speciale dei membri di Dufry South America e dalla riunione straordinaria degli azionisti di Dufry AG, nella seconda metà di marzo. ■

Gruppo: Solidarietà con Haiti

Il 22 gennaio, la società svizzera si è impegnata ad aiutare le vittime del terremoto che l'11 gennaio ha distrutto gran parte di Haiti. Così come altre grosse aziende e individui elvetici, anche Dufry ha fatto una donazione in occasione della Giornata Nazionale di Raccolta Fondi per Haiti. Dufry ha anche devoluto 50.000 dollari americani all'organizzazione di soccorso per Haiti "Hand in Hand", che annovera tra i suoi principali progetti la costruzione di una scuola elementare.

Un'altra iniziativa di solidarietà viene da oltre 580 negozi Hudson in cui sono state posizionate speciali cassette per la raccolta di fondi, contrassegnate con un invito ai clienti a donare i propri spiccioli. Il Gruppo Hudson devolverà le loro donazioni alla Croce Rossa americana per le operazioni di soccorso ad Haiti. ■

Italia: Dufry espande Hudson nelle stazioni ferroviarie

Dufry cresce in Italia con l'espansione del modello di business Hudson News. Lo scorso ottobre, Dufry ha firmato un accordo per la gestione di 41 negozi nelle maggiori stazioni ferroviarie di questo Paese europeo. Il contratto apre le porte del concetto Dufry di "convenience store" ai 150 milioni di passeggeri che ogni anno transitano nelle stazioni di Roma, Milano, Torino, Bologna e altre nove importanti città italiane. ■



150 milioni di passeggeri transitano ogni anno in queste stazioni.

Francia: Nuovo negozio a Nizza



Nei negozi saranno in vendita marche come Hugo Boss ed Hermes.

Hermes, Armani, Hugo Boss e Celio sono solo alcuni dei marchi disponibili nelle tre boutique di moda che Dufry gestirà nell'aeroporto di Nizza, secondo il contratto di sei anni firmato alla fine del 2009. La società ha inoltre firmato un altro accordo nella città francese, che prevede un negozio di alimentari e di souvenir. ■

Egitto: Nuovi aeroporti e ubicazioni aggiuntive di duty free

Il 2009 si è concluso in bellezza per Dufry, con la vincita di due appalti in Egitto per la gestione di quattro negozi duty-free negli aeroporti di Assyt e Borg El Arab. Lo spazio di vendita totale sarà 958 m², e in entrambi i siti vi sarà un punto vendita nelle aree di arrivi e partenze. ■



Una veduta dell'aeroporto egiziano di Borg El Arab.

Marocco: un nuovo negozio all'aeroporto di Fez

Il 10 gennaio scorso, Dufry ha aperto un nuovo negozio dalla superficie totale di 64 m² all'aeroporto internazionale di Fez. Si tratta dell'ottavo punto vendita di Dufry Morocco negli aeroporti del Paese nordafricano, che offre un'ampia gamma di prodotti come tabacco, profumi, cioccolato, alcol e accessori. Con una presenza di oltre 250.000 passeggeri registrata nel 2009 nell'aerea delle partenze internazionali, e con una prevista per il 2010 di circa 275.000, quello di Fez è diventato il quarto aeroporto del Marocco. ■



Notizie regionali

Cina: Nuovi negozi e direttore per Shanghai

Dufry Group ha firmato un accordo con l'aeroporto internazionale di Shanghai Hongqiao per la gestione di 20 punti vendita duty-paid, con una superficie di 1.500 m² al terminal ovest, la cui apertura è prevista nel marzo 2010. Il 15 gennaio scorso, inoltre, è stata annunciata la nomina di Kevin Farrow come Direttore Area Retail a Shanghai. Farrow, che ha maturato oltre 25 anni di esperienza nel settore del travel retail, avrà la responsabilità di impostare e gestire le attività quotidiane del nuovo spazio Dufry all'aeroporto internazionale di Shanghai Hongqiao. ■

Repubblica Dominicana: Nuovo Direttore Generale

José Rego si è insediato a gennaio nella sua nuova posizione di Direttore Generale Dufry nella Repubblica Dominicana, con la missione di continuare l'espansione dell'operazione caraibica. Dopo una brillante carriera di quasi 20 anni nel settore del travel retail in Brasile, Rego, tra le altre cose, sarà responsabile della gestione di operazioni e risorse locali, nonché della direzione delle attività di vendita nei negozi Dufry. ■

Barbados: DFCH acquista Colombian Emeralds International

Duty Free Caribbean Holdings (DFCH) ha annunciato l'acquisizione del marchio Colombian Emeralds International insieme ai marchi associati Jeweler's Warehouse, Perfect Time e Diamond Boutique. Questo accordo di acquisto è stato stipulato con Stephen Crane e Franchise Services Corp., e coincide con il desiderio di Crane di ritirarsi quest'anno dall'attività lavorativa. ■

Honduras: Nuovo negozio a Roatan

Dufry approda al nuovo porto di Roatan, un'isola turistica della Baia dell'Honduras che conta mezzo milione di visite all'anno, con la firma di un accordo di dieci anni per la gestione di un negozio duty-free di 673 m². Oltre a rappresentare un'ottima opportunità per Dufry di consolidare la propria posizione di leader nella regione dei



Il gruppo che lavorerà nel negozio duty free di 673 m².

Caraibi, questo contratto segna anche l'ingresso della società nel mercato del travel retail del Paese centro-americano. ■

Bolivia: Nuovo Direttore Generale per la Bolivia

Ana Victoria è la nuova Direttrice Generale per la Bolivia, e si occuperà di due punti vendita duty free che Dufry gestisce nel Paese sudamericano. Questi negozi, che contano 28 impiegati, sono ubicati rispettivamente a Santa Cruz de la Sierra e a La Paz. Ana Victoria svolgerà le sue mansioni sotto il coordinamento di Pedro Henrique, Supervisore Retail. ■

Brasile: Un lavoro per uscire dalla povertà

Alla fine del 2009, Dufry Brazil ha allestito una cerimonia di certificazione per la 15a classe del Centro di Formazione Amministrativa (Administrative Training Center, CTA). Il CTA, progetto sociale di Dufry realizzato e gestito a Rio de Janeiro, forma ogni anno circa 25 giovani provenienti da ambienti svantaggiati, di cui il 95 % è entrato nel mercato del lavoro grazie all'impegno dell'iniziativa nel promuovere civismo e occupazione. Quest'anno il progetto sociale accrescerà la sua portata per accogliere 30 giovani studenti, 15 uomini e 15 donne. Le classi avranno inizio nel marzo 2010. ■



Questi giovani hanno beneficiato del supporto di Dufry.

Las Vegas: Gestione e Vendor show

Il Gruppo Hudson ha di recente tenuto il suo settimo Seminario di Gestione e Vendor Show annuale a Las Vegas, Nevada. L'incontro ha riunito l'intero team di gestione, soci in affari, funzionari di frontiera, oltre a ospiti e oratori illustri. Il tema era "2010: l'anno del cliente." I direttori Hudson si sono impegnati a continuare alcune delle iniziative già avviate nel 2009, volte a realizzare un miglior servizio clienti. Kathy Castro, Direttrice Generale del Gruppo Hudson all'aeroporto internazionale di Orlando, è stata insignita del titolo di "GM of the Year" (Direttore Generale dell'Anno) del Gruppo Hudson per le ubicazioni di piccola e media grandezza. Chuck Bowie,

**Notizie regionali**

Direttore Generale all'aeroporto internazionale di New Orleans, ha ricevuto la stessa nomina per le ubicazioni di maggior grandezza. Congratulazioni a entrambi! ■



I vincitori del titolo "GM of the Year" (Direttore Generale dell'anno): (da sinistra a destra) Mike Petersen, Mario Scoria, Joe DiDomizio, Kathy Castro (con il premio), Doug Martino, Bobby Napoli.

Vancouver: Negozi olimpici

I Giochi Olimpici e Paraolimpici Invernali Vancouver 2010 sono stati l'evento del mese di febbraio per eccellenza. Per l'occasione, il Gruppo Hudson ha allestito speciali punti vendita per il commercio di prodotti ufficiali legati a questo enorme evento sportivo, con due negozi e dieci chioschi dislocati nei terminal dell'aeroporto internazionale di Vancouver. Dall'estate scorsa, l'aeroporto canadese ha visto l'apertura di un nuovo concetto di travel retail dal nome di Travel + Leisure. ■



La facciata di uno dei negozi olimpici allestiti a Vancouver.

Orlando: Gruppo Dufry nominato "Retailer of the Year"

Il Gruppo Dufry ha conservato la sua corona di "Travel Retailer of the Year" alla cerimonia DFNI di quest'anno - DFNI Awards for Travel-Retail Excellence in the Americas. La società è stata insignita del titolo in occasione della cerimonia di presentazione tenutasi il 25 febbraio all'hotel Marriott World Center di Orlando, durante l'evento fieristico "Duty Free Show of the Americas". I premi sono stabiliti tramite un voto aperto a tutte le aziende che operano nel mercato del travel retail nel continente americano.

**Le persone di Dufry**

Komal Seeburn



Komal Seeburn lavora come vice supervisore di punto vendita a Basilea. Nato nel 1972 nelle isole Mauritius, si è trasferito in Svizzera sette anni fa. È sposato, ha un bambino ed è un ottimo consulente per i clienti in cerca di consigli turistici.

Il giorno ideale da turisti inizierebbe con un'attività che ha ben poco a che vedere con l'idea tipica della Svizzera: lo zoo di Basilea. "Ospita la più grande varietà di animali di tutti gli zoo svizzeri. È inoltre vicino a Basilea, così dopo uno spostamento di cinque minuti è possibile proseguire la giornata nel centro della nostra splendida città", spiega Komal con orgoglio.

Ai turisti più affamati, Komal consiglierebbe di recarsi al suo ristorante preferito, il Kreuz di Metzerlen (a mezz'ora da Basilea), per gustare dell'"ottima cucina svizzera". La sua ordinazione sarebbe il "Zürcher Geschnetzeltes", o vitello alla zurighese, un piatto a base di vitello accompagnato da panna, funghi e pasta all'uovo. ■



Un modo originale di dilettarsi in Svizzera: lo zoo di Basilea.



Non tutti i piatti svizzeri sono a base di formaggio.



Missione
compiuta

Brasile, il cuore della Divisione Globale di Servizio Clienti

Un signore che ha dimenticato la valigia mentre acquistava un profumo per la fidanzata a Rio de Janeiro; un uomo d'affari che vuole sapere se può acquistare un buon parmigiano prima di imbarcarsi all'aeroporto di Milano... Queste persone hanno qualcosa in comune: possono risolvere i loro problemi o chiarire i loro dubbi contattando la Divisione Globale di Servizio Clienti di Dufry.

Nel 2009, Dufry ha implementato un nuovo reparto incentrato sulla soddisfazione del cliente. Per realizzare quest'obiettivo, il gruppo ha impostato nuove attività nelle aree di Formazione, Centro Contatti, Sito Web, Comunicazione e Ricerca.

Approfittando della struttura già esistente nella Regione 5, la divisione è stata allestita a Rio de Janeiro. "Il Brasile poteva già contare su un centro contatti ben strutturato e in funzione da 20 anni. Sulla base di ciò, la sfida consisteva nell'adattare i procedimenti, formare il personale e realizzare sistemi che consentissero di erogare il servizio per tutto il gruppo", spiega Mario Portela, Direttore della Divisione Globale di Servizio Clienti.

Per attuare il progetto, è stato messo a punto e presentato a tutti i team di vendita il programma di formazione First Class Service, regolato dal principio fondamentale di assicurare un servizio di qualità superiore. È stata

inoltre realizzata una campagna di comunicazione per i punti vendita, nonché un ampliamento del sito web con l'integrazione di nuove sezioni: Contattaci, Acquisti da Dufry e Servizio clienti, che a loro volta comprendono le seguenti unità: Politica di servizio clienti, La tua opinione, Consigli di viaggio e Rivista Mondo Dufry.



Il team che risolve problemi in quattro lingue.

È stato inoltre messo a punto un programma di "Mystery Shopper" per valutare i prodotti, la performance del personale di vendita, i negozi, ecc.

"Le maggiori difficoltà nella creazione della Divisione Globale di Servizio Clienti sono state la realizzazione del progetto senza strutture di personale aggiuntive e la messa a punto di una politica di garanzia globale che tenesse conto dei diversi statuti", afferma Mario Portela. "Nonostante queste difficoltà, il servizio è ora standardizzato in tutto il mondo. Dal febbraio al dicembre del 2009, in effetti, abbiamo ricevuto contatti da clienti ubicati in 55 Paesi diversi", aggiunge Portela.

Il Centro di Contatti Dufry Global si avvale di un team qualificato per rispondere ai clienti in inglese, francese, spagnolo e portoghese dalle 10.00 alle 18.00 (GMT); i clienti possono contattarlo tramite numero verde, e-mail, chat o tramite il sistema di chiamate Click to Call. "La nostra sfida per il 2010 consiste nel consolidare e adattare i nostri metodi operativi allo scopo di migliorare costantemente il livello dei nostri servizi, puntando all'eccellenza", conclude. ■



L'anno scorso ci sono stati contatti da clienti in 55 Paesi diversi.



Sotto i riflettori

Dufry consolida il Duty Free in Messico

Nonostante le grosse difficoltà affrontate l'anno scorso dagli aeroporti messicani, alcune aziende sono state in grado di cogliere occasioni di crescita anche in tempi di crisi. Nell'ottobre 2009, infatti, Dufry ha firmato un accordo per l'acquisizione dei beni e dei contratti di Latinoamericana Duty Free, il suo maggiore concorrente in Messico.



Rodolfo Velasco, Direttore Generale Dufry Mexico

Lo scorso maggio, in molti aeroporti messicani si è registrata una riduzione di oltre 50 % nel numero di passeggeri rispetto all'anno precedente. La ragione del calo sta nella combinazione di due fattori: la crisi economica e il timore del contagio da febbre suina. "Grazie alla sua presenza in diversi Paesi,

Dufry può sostenere simili flessioni occasionali. Nonostante abbia colpito duramente il Messico, la crisi ha anche aperto un'opportunità per la nostra società", spiega Rodolfo Velasco, Direttore Generale di Dufry Mexico.

In un mercato come quello messicano, in cui l'obiettivo resta il rialzo verso i livelli conseguiti nel 2008, Dufry ha acquistato beni e contratti di Latinoamericana Duty Free (LDF) alla fine del 2009. Uno dei vantaggi è l'aggiunta di punti vendita dislocati negli aeroporti di Città del Messico, Acapulco, Guadalajara, León, Monterrey, Los Cabos, Ixtapa, Puerto Vallarta, Guanajuato e Mazatlán.

Come ha spiegato l'anno scorso Julián Díaz, questo ha quasi raddoppiato le vendite del gruppo in Messico, rafforzando la sua posizione di leader nel Paese; l'acquisizione, inoltre, permetterà a Dufry di introdurre in Messico il modello di business Hudson News.

Complessivamente, la transazione ha portato all'acquisizione di 24 punti vendita da parte del gruppo, per un totale di oltre 3.700 m² di spazio e 200 impiegati. "Per prima cosa abbiamo allestito dei corsi integrativi, per far sì che il personale di LDF si sentisse a proprio agio con questa nuova fase", afferma Velasco. "La verità è che la loro esperienza nel settore è uno dei massimi vantaggi arrecati al Gruppo Dufry."

Per comprendere l'impatto esercitato dall'acquisizione sugli obiettivi e le strategie del gruppo, basti considerare la situazione dell'aeroporto di Città del Messico. Dufry gestiva già un ampio spazio di vendita in questo aeroporto, all'interno di un'uscita del terminal 1.

In seguito all'accordo di acquisizione, il negozio situato di fronte all'altra uscita nell'area delle partenze, che apparteneva a LDF, fa ora parte del gruppo Dufry. "Grazie a questa mossa, oggi siamo al servizio del 100 % dei passeggeri in partenza dal terminal 1 a Città del Messico. Il nostro intento è riuscire a reinventare e a superare l'idea del Boulevard, perché siamo convinti che tutto possa essere fatto meglio. Cominceremo prima in questa città, per poi proseguire negli altri aeroporti del Paese, in ordine di importanza", aggiunge Velasco, che, stimolato dalla nuova situazione economica, non nasconde il suo ottimismo per l'anno a venire. "Questa acquisizione è un ulteriore passo verso l'espansione dei nostri orizzonti." ■



Dufry ha 24 nuovi punti vendita dislocati negli aeroporti messicani. ▶



Preferiti

Dufry espande Hudson News a livello internazionale

Tutti coloro che hanno viaggiato sanno quanto può essere stressante un aeroporto trafficato pieno di gente. Hudson News punta a rendere piacevole questa difficile esperienza.

Nel corso del 2010, il concetto di punto vendita Hudson News continuerà la sua espansione internazionale come parte del Gruppo Dufry.

I viaggiatori in transito nelle principali stazioni ferroviarie italiane, i turisti in cerca di sole a Puerto Rico o nella Repubblica Dominicana, gli uomini d'affari bloccati dalla neve all'aeroporto di Basilea o i gruppi di giovani stanchi dopo un'escursione in Messico. Tutti avranno l'opportunità di godere dei piaceri e dei vantaggi offerti dai negozi Hudson News, che puntano a offrire i migliori strumenti per il relax: un buon libro, giornali o riviste, dispositivi elettronici, spuntini, bevande e accessori da viaggio.

Un altro segreto del successo di Hudson News sarà inoltre incorporato in questo nuovo punto vendita – la combinazione di design internazionale e tocco locale. ■

